



Social-Media-Konzept

Landeshauptstadt Mainz



Social-Media-Konzept: Entstehung und Veröffentlichung

- Das Konzept existiert seit 2017.
- Es wird regelmäßig aktualisiert.
- Letzte Aktualisierung: 3. Juli 2025

Das Konzept ist veröffentlicht unter:

<https://www.mainz.de/social-media-konzepte>



Social-Media-Konzept: Kontext

Mit dem vorliegenden Konzept soll die Kommunikation der Landeshauptstadt Mainz in den genutzten Sozialen Medien in einen ganzheitlichen Zusammenhang gestellt werden.

Die Landeshauptstadt Mainz möchte sich als offene, moderne und bürgerfreundliche Stadtverwaltung, attraktive Arbeitgeberin und als liebens- und lebenswerte Stadt präsentieren.

Dieses Ziel versucht sie unter anderem durch eine intensive sowie inhaltlich breit gefächerte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die stetige Optimierung des Bürgerservice zu realisieren.

Kommunikation der Stadt Mainz:

- Pressearbeit
- PR-Kampagnen
- mainz.de
- Printveröffentlichungen
- Servicehotline 115
- Bürgerservice
- Bürgerinformationen/-beteiligungen
- Social-Media-Kanäle
- u. a.



Social-Media-Konzept: Aufbau

1. Ausgangssituation
2. Social-Media-Strategie
 - 2.1 Ziele
 - 2.2 Zielgruppen
 - 2.3 Inhalte
 - 2.4 Redaktion
3. Datenschutz
 - 3.1 Rechtliche Rahmenbedingungen
 - 3.2 Rechtswidriges Verhalten
 - 3.3 Auskünfte und Datenschutz
 - 3.4 Urheber und Nutzungsrechte
 - 3.5 Handlungsrahmen für die Nutzung von „Social Media“



Ziele der städtischen Social-Media-Kanäle

Nach dem Leitspruch „this city works for you“ möchten wir unser Image als liebens- und lebenswerte Stadt mit einem starken Dienstleistungsbewusstsein pflegen und ausdehnen. Ziele:

- Bürger:innen schnell und direkt mit Informationen versorgen
- Falschmeldungen vorbeugen durch direkte Information und Antwort
- als moderne und zukunftsorientierte Verwaltung wahrgenommen werden
- uns als Arbeitgeberin positionieren (Employer Branding) und Personal gewinnen (Social Media Recruiting)
- für die Bürger:innen wichtige Themen identifizieren
- städtisches Handeln transparent und verständlich darstellen und erklären
- Bürger:innen zu Multiplikatoren machen,
- Vertrauen aufbauen



Inhalte der städtischen Social-Media-Kanäle

- **Hilfs- und Serviceangebote der Stadtverwaltung**
- **Informationen, die unsere Community dringend braucht**
- **Landeshauptstadt Mainz als Arbeitgeberin/Employer Branding**
- **Lernbeiträge mit Erklärungen und Erläuterungen**
- **Veranstaltungshinweise**



Content-Beispiele

Liebens- und Lebenswertes Mainz:

Vorab-Infos zu Beteiligungsmöglichkeiten, Fristen, Veranstaltungen

Vor Ort: Stadtverwaltung sichtbar machen (z. B. Kita- oder Spielplatz-Eröffnung, City-Rundgang)

Blick hinter die Kulissen: Eröffnung Weinmarkt, Johannismacht, Bürgerbeteiligung

Ziel: Attraktivitätssteigerung mit jedem Post

Einblick in die Stadtverwaltung & Personalgewinnung:

- Stellenausschreibungen & Job-Porträts
- (z. B. Orga Johannismacht, Queer durch die Ämter, Gärtner, FSJ, Azubis als Wahlhelfer:innen)
- Info-Posts (z. B. Serviceleistungen, Baustellen, Müllabfuhr, Anmeldungsfristen, Evakuierung)
- Image-Posts (z. B. Das 1. Reel, Elevatorboys, Schreibtisch, MZ-Magazin)
- **Ziel:** Stadtverwaltung als zeitgemäße, attraktive Arbeitgeberin #mainzgefühl wird hier gelebt



Nutzung der städtischen Social-Media-Kanäle: Entwicklung der Followerzahlen

	Facebook	Instagram	Mastodon	Threads	TikTok	YouTube
Startjahr	2017	2023	2023	2024	2024	2008
2023 (Feb)	~21.000	0	0	0	0	k. A.
2024 (Jun)	22.320	13.428	585	k. A.	0	k. A.
2025 (Nov)	23.380	29.386	866	3.480	k. A.	1.060
2026 (Apr)	23.888	32.898	2.439	3.769	1.908	1.070



Nutzergruppen: Follower auf Facebook

Zielgruppe

↓ Exportieren ▼

Demografische Angaben

Trends

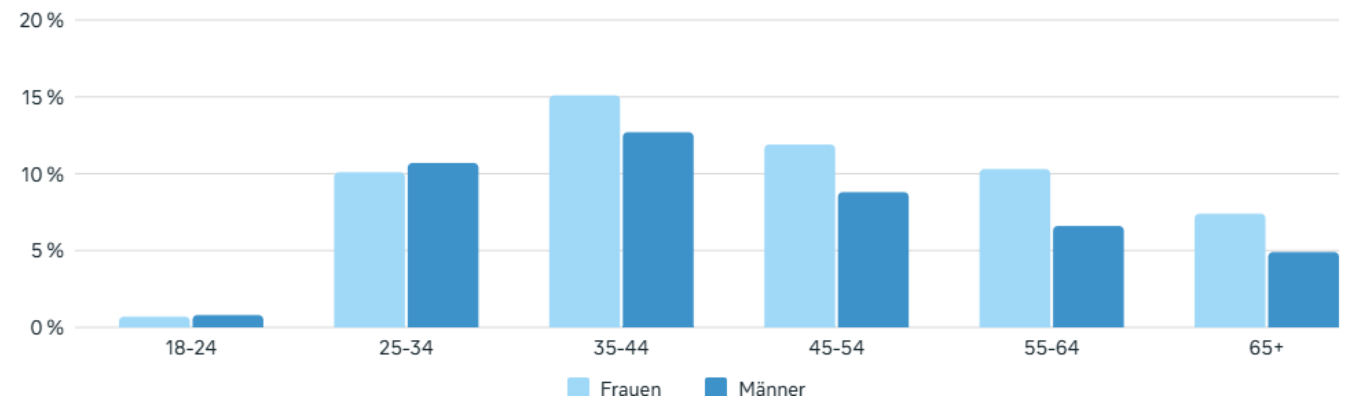
Potentielle Zielgruppe

Follower ⓘ

Laufzeit

23.888

Alter und Geschlecht ⓘ

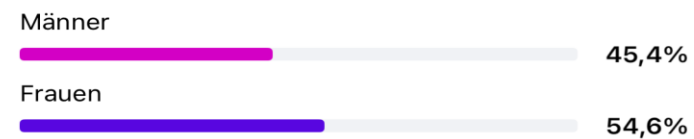




Nutzergruppen: Follower auf Instagram



Geschlecht





Social-Media-Redaktion

- Bis Juli 2025 war die Social-Media-Redaktion Teil der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Protokoll mit 2 Stellen (2,0 VZÄ).
- Seit August 2025 ist die Social-Media-Redaktion Teil der Abteilung Presse und Kommunikation.
- Durch Umwandlung einer bestehenden Stelle stehen künftig 3,0 VZÄ zur Verfügung.
- Besetzung am 29. April 2026: 1,5 VZÄ
- Besetzung ab 15. Juli 2026: 3,0 VZÄ



Social-Media-Zuständigkeit

- Facebook, Instagram, Mastodon und Threads: Abteilung Presse und Kommunikation
- Youtube: Wird derzeit nicht aktualisiert. Soll ab Sommer 2026 wieder in den Fokus rücken.
- TikTok 2024/2025: Personalabteilung. Wird derzeit nicht aktualisiert.
- LinkedIn #MachDeinsMachMainz: Personalabteilung
- LinkedIn #ZukunftsStadtMainz: Abt. Wirtschafts- und Strukturförderung